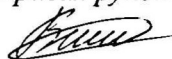


0- 794090

На правах рукописи



ВИШНЕВЕР СЕРГЕЙ ВАДИМОВИЧ

**КОНКУРЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СТРУКТУРЕ  
СОВРЕМЕННЫХ ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ**

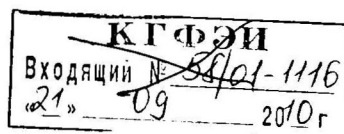
Специальность 08.00.01 - Экономическая теория

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук



Самара 2010



Работа выполнена в Самарском государственном экономическом университете

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор  
Мещеров Анатолий Владимирович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор  
Семенов Георгий Виссарионович

кандидат экономических наук, доцент  
Перепелкин Вячеслав Александрович

Ведущая организация - Орловский государственный технический  
университет

Защита диссертации состоится 14 октября 2010 г. в 16 ч. на заседании  
диссертационного совета Д 212.214.01 при Самарском государственном  
экономическом университете по адресу: ул. Советской Армии, д. 141, ауд. 325,  
г. Самара, 443090

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке  
Самарского государственного экономического университета

Автореферат разослан 10 сентября 2010 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000715137

Ученый секретарь  
диссертационного совета

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of a large, flowing 'В' followed by a horizontal stroke.

В.Я. Вишневер

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Проблемы конкуренции, монополии, функционирования отраслевых рынков как самостоятельные области научного исследования всегда представляли интерес для экономистов не только с теоретической точки зрения, но и с позиции их практической значимости. Однако комплексные исследования конкурентных отношений на различных типах отраслевых рынков с использованием различных экономических моделей до сих пор являются достаточно редкими.

Многообразие форм конкуренции на отраслевых рынках определяет различный характер отношений, складывающихся между их субъектами. Наблюдаются как острые проявления конкурентной борьбы, так и тенденция к конкурентному взаимодействию, что порождает неоднозначность социально-экономических последствий и результативности конкуренции. Все это повышает важность научного анализа поставленной проблемы.

Рассмотрение процесса формирования и развития конкурентных отношений на современных отраслевых рынках невозможно без анализа деятельности институтов отраслевых рынков, что требует специального институционального анализа конкуренции в структуре отраслевых рынков.

Актуальной является проблема функционирования несовершенного конкурентных рынков во многих отраслях экономики, в том числе рынков нефтепродуктов и безалкогольных напитков, поэтому требуются различные варианты использования в теоретическом анализе экономических моделей изучения отраслевых рынков.

Названные обстоятельства определяют актуальность темы настоящего исследования.

**Степень разработанности проблемы.** В отечественной научной литературе вопросы формирования и функционирования конкурентных отношений на отраслевых рынках в качестве самостоятельного предмета в теоретическом аспекте исследованы недостаточно. Значительный вклад в рассмотрение данных вопросов внесен западными экономистами - представителями различных школ: классической (А. Смит, Д. Рикардо, Ж.Б. Сэй и др.), неоклассической (А. Маршалл, Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк и др.), неолиберальной (Л. Мизес, Ф. Хайек, В. Ойкен и др.). Однако для специфики раскрытия их идей важное методологическое значение имеют исследования ученых неонституциональной экономической теории, в частности Дж. Бьюкенена, Р. Коуза, Д. Норта, С. Пейовича, О. Уильямсона, Т. Эггертсона и др. Отечественные исследователи ис-

пользовали неинституциональный подход при анализе многих проблем российской экономики в целом и применительно к отраслевым рынкам в частности (С. Авдашева, Р. Капелюшников, А. Нестеренко, Р. Нуреев, А. Олейник, В. Радаев, В. Тамбовцев, А. Шаститко и др.).

Основу диссертационного исследования сформировали также общие теоретические разработки отечественных ученых по проблемам конкуренции и монополии, в числе которых работы Г. Азоева и А. Челенкова, Б. Бадмаева, И. Князевой, В. Мещерова, Ю. Рубина и В. Шустова, С. Светунькова, И. Стародубровской, А. Цыганова, Ф. Шамхалова, А. Юданова и др.

Исследование концептуальных основ конкурентных отношений на отраслевых рынках не представляется возможным без изучения методологических подходов к анализу теоретических основ формирования и функционирования отраслевых рынков в целом. Значимыми в этой связи являются теоретические разработки иностранных и отечественных исследователей: А. Алчиана, Дж. Бейна, С. Вайцеккера, А. Диксита, Р. Коуза, Э. Мейсона, Д. Росса, Дж. Стиглера, О. Уильямсона, Ф. Шерера, Р. Шмалензи и др. Весомый вклад в разработку современных проблем функционирования отраслевых рынков внесли работы С. Авдашевой, А. Вурос, Н. Пахомовой, Н. Розановой, Ю. Таранухи, В. Третьяка, И. Штаповой и др.

Вместе с тем решение многих теоретико-методологических и практических вопросов, связанных с выбранной проблемой, не нашло должного отражения в научной литературе. Недостаточно исследованы экономическая природа и конкретные формы проявления конкуренции на отраслевых рынках.

**Цель и задачи исследования.** Цель диссертационного исследования заключается в разработке теоретико-экономических основ анализа содержания и роли конкуренции в структуре современных отраслевых рынков.

Реализация указанной цели предполагает постановку и решение следующих задач:

- систематизировать теоретические подходы к анализу конкуренции и обосновать методологию исследования роли конкуренции в структуре отраслевого рынка с позиции современных подходов;

- раскрыть теоретические основы институционального анализа конкуренции в структуре отраслевых рынков;

- выявить необходимость и возможность использования базовых экономических моделей - модели Гарвардской школы и модели М. Портера - для анализа конкурентных отношений на отраслевых рынках;



- провести исследование интенсивности конкуренции на российском отраслевом рынке безалкогольных напитков;
- выявить роль конкуренции в структуре российского отраслевого рынка нефтепродуктов.

**Область исследования.** Диссертационное исследование проведено по специальности 08.00.01 - Экономическая теория Паспорта специальностей ВАК (экономические науки) в рамках научной специальности "Экономическая теория", разд. 1.1 "Политическая экономия: структура и закономерности развития экономических отношений, экономических интересов; экономика ресурсов (рынков капиталов, труда и финансов)", разд. 1.2 "Микроэкономическая теория: теория конкуренции и антимонопольного регулирования; теория организации рынков".

**Объектом исследования** выступают отраслевые рынки, особенности их конкурентного развития и моделей анализа в современных условиях.

**Предметом исследования** являются экономические и институциональные отношения, реализуемые в процессе конкуренции на отраслевых товарных рынках.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составляют фундаментальные концепции, представленные в монографиях и научных статьях отечественных и зарубежных экономистов, внесшие значительный вклад в разработку научных основ функционирования конкурентных отношений на отраслевых рынках. Особую роль играют положения неоклассической, неоинституциональной и эволюционной экономической теории, в соответствии с которыми исследуются основные направления развития конкурентных отношений.

**Инструментарно-методический аппарат.** В диссертационной работе использованы следующие методы исследования: абстрагирования, историко-генетический, институциональный, системный, сравнительный анализ, диалектический принцип, статистические и другие методы обработки и обобщения информации.

**Информационная база исследования.** В диссертации использовались статистические материалы Федеральной службы государственной статистики, Федеральной антимонопольной службы, исследования научных центров по проблеме конкуренции на отраслевых рынках, сведения, опубликованные в монографиях, периодических изданиях, ресурсы глобальной сети Internet.

**Нормативно-правовой основой исследования** являются международные правовые акты, законодательные и нормативные документы Рос-

сийской Федерации, в которых представлены основные положения по регулированию конкурентных отношений на отраслевых рынках.

**Гипотеза диссертационного исследования.** Классификация и сравнительный анализ отраслевых рынков позволяют выделить рынки с несовершенной конкуренцией, в том числе различные современные модификации олигополистических рынков. Применение экономических моделей, разработанных мировой экономической мыслью, дают возможность проанализировать любую рыночную структуру и определить соотношение конкуренции и монополии, что, в свою очередь, позволяет выявить ведущие тенденции в развитии отраслевых рыночных структур, их эволюцию в сторону усиления роли крупных хозяйствующих субъектов. Гипотеза диссертационного исследования базируется на необходимости теоретико-методологического обоснования структуры отраслевых рынков, выявления конкурентных тенденций и роли государства в регулировании отраслевых экономических структур. Гипотеза основывается на следующих теоретико-методологических позициях, выдвигаемых автором работы:

- конкурентные отношения представляют собой элемент механизма функционирования любого отраслевого рынка. Интенсивность конкуренции, степень монополизации определяют особенности функционирования отраслевых рынков. Отраслевые рынки имеют как экономическую, так и институциональную структуру. В связи с этим требуется проведение комплексного экономико-институционального анализа конкуренции, а также широкое использование базовых экономических моделей;

- исследование конкурентных отношений в структуре ряда российских отраслевых рынков с помощью экономических моделей вызывает необходимость анализа сложного процесса формирования этих отношений посредством рассмотрения базовых условий развития отраслей, выявления факторов структурно-динамического характера, определяющих интенсивность конкуренции в современных условиях, а также выработку основных направлений развития и регулирования исследуемых отношений.

**Основные положения, выносимые на защиту,** состоят в следующем.

1. Конкуренция на отраслевых рынках представляет собой комплекс экономических отношений соперничества, возникающих между фирмами-производителями данных рынков, потенциальными конкурентами, поставщиками ресурсов на эти рынки, потребителями продукции в результате столкновения их интересов. Определяющее влияние на развитие конкурентных отношений оказывают структурные, динамические и институциональные факторы.

2. Институт конкуренции представляет собой особый механизм, включающий в себя рыночные и внерыночные элементы, с помощью которых регулируются хозяйственное поведение и социальное взаимодействие участников конкурентного процесса. Институт конкуренции - это созданные людьми ограничительные рамки, регламентирующие конкурентное поведение хозяйствующих субъектов. Данный институт действует как принудительная сила путем применения конкурентных правил, законов по защите конкуренции, а также путем использования неформальных ограничений, таких как конкурентные нормы поведения, добровольно принятые кодексы конкурентного поведения и т.п.

3. Потребность анализа конкуренции в статическом и динамическом состояниях различных типов несовершенного конкурентных отраслевых товарных рынков определяет необходимость и возможность использования модели Гарвардской школы и модели М. Портера.

4. Отраслевой подход к анализу рынка безалкогольных напитков позволяет выделить ряд субрынков, которые представляют собой рынки конкретных видов безалкогольных напитков, предназначенных для отдельных наиболее значимых групп потребителей. В целом рассматриваемый рынок является олигополистическим. В условиях сложившейся олигополии конкурентное взаимодействие фирм затрагивает все сферы: уровень цен, объем продаж, дифференциацию продукции, инновационную деятельность.

5. Отраслевой рынок нефтепродуктов характеризуется своей зрелостью, стабильным потенциалом роста, высокой степенью включения в процесс глобализации, высоким уровнем капиталоемкости, значительными барьерами входа на рынок. Выявленные индексы концентрации показывают, что рынок нефтепродуктов представляет собой олигополию, т.е. относится к рынкам с высокой концентрацией. Несмотря на сложившуюся олигополию, рынок нефтяной продукции характеризуется жесткой конкуренцией, стратегическим взаимодействием фирм.

**Научная новизна** диссертационного исследования заключается в следующем:

- реализован системный подход к раскрытию сущности конкуренции, включающий в себя соединение структурного, динамического и институционального анализа; статическая конкуренция определяется типом рыночной структуры, являющейся экзогенным фактором конкуренции, динамическая конкуренция рассматривается как условие формирования рыночной структуры, представляющейся как эндогенный фактор конкуренции;

- обоснована роль института конкуренции как внешней регулирующей силы, механизма внешнего воздействия, ограничивающего свободу

хозяйствующих субъектов и определяющего их поведение на рынке в целях уменьшения неопределенности такого поведения, что обеспечивается за счет принуждения к выполнению правил конкурентного поведения, контроля за обеспечением добросовестной конкуренции, создания и поддержания конкурентного порядка;

- раскрыта современная трактовка модели структурного анализа отраслевых рынков на основании эволюции подходов, предложенных Гарвардской школой; определены ведущие параметры этой модели, выявлены особенности их проявления в современной экономике; доказаны необходимость и возможность использования модели М. Портера для анализа конкурентной среды отраслевых рынков с позиции не только статического, но и динамического развития движущих конкурентных сил рынка; установлены ограничения, недостатки и преимущества данной модели анализа;

- раскрыты характерные черты конкуренции на рынке безалкогольных напитков; доказано, что рынок безалкогольных напитков в России во многом соответствует модели олигопольного рынка, когда на него выходит несколько крупных производителей, обладающих технологией, которая обеспечивает возрастающую отдачу от масштаба; рынок характеризуется достаточно высокой концентрацией производства, однако существует угроза потенциальной конкуренции;

- определены факторы формирования на отраслевом рынке нефтяной продукции олигопольной структуры, в рамках которой существуют значительные естественные и искусственные барьеры входа-выхода, преобладают крупные капиталоемкие фирмы, имеются асимметрия и неопределенность информации о ценах, объемах производства, что создает абсолютные преимущества в отношении издержек у действующих фирм.

**Теоретическая значимость исследования** состоит в углублении методологических основ исследования конкурентных отношений на отраслевых рынках, институциональных аспектов их функционирования, в обосновании необходимости, возможности и результативности применения экономических моделей для анализа конкурентных отношений в структуре отраслевых рынков.

Полученные теоретические результаты развивают и дополняют ряд аспектов экономической теории, теории отраслевых рынков, теории конкуренции, способствуют научному обоснованию направлений регулирования конкурентных отношений на отраслевых рынках.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что основные теоретические положения и выводы могут быть использованы как при разработке документов на федеральном и региональном уровнях,

определяющих направления развития и регулирования конкурентных отношений на российских отраслевых рынках, так и в практической деятельности Федеральной антимонопольной службы (ФАС), ее территориальных органов, отдельных промышленных предприятий для оценки конкурентной среды на отраслевых рынках.

Отдельные теоретические положения, обоснованные в диссертационном исследовании, могут быть использованы при чтении лекций по курсам "Экономическая теория", "Экономика отраслевых рынков". "История экономических учений", "Институциональная экономика".

**Апробация результатов работы.** Основные положения и результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на международных, всероссийских, региональных, межвузовских научно-практических конференциях и отражены в 8 опубликованных работах общим объемом 4,25 печ. л., из них 2 статьи в изданиях, определенных ВАК Министерства образования и науки РФ.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений. Положения и выводы диссертации иллюстрируются таблицами и рисунками.

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, определены степень разработанности проблемы, цель и задачи, объект и предмет исследования, его методологическая и теоретическая основы, информационная база, представлены научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы.

В первой главе **"Теоретические основы анализа конкурентных отношений в структуре отраслевых рынков"** проведен анализ роли конкуренции в структуре различных типов отраслевых рынков; определены особенности институционального подхода к анализу конкуренции; выявлены необходимость и возможность использования базовых экономических моделей для анализа конкурентных отношений в структуре отраслевых рынков.

Во второй главе **"Применение экономических моделей для анализа конкурентных отношений на различных типах отраслевых рынков"** проведено исследование интенсивности конкуренции на рынке безалкогольных напитков России; выявлены особенности конкурентной среды на российском рынке нефтепродуктов.

В **заключении** обобщены результаты диссертационной работы, приведены основные теоретические выводы и рекомендации, вытекающие из логики и результатов исследования.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой группе рассмотренных вопросов главное внимание уделено раскрытию сущности и роли конкуренции в структуре отраслевых рынков.

В современной экономической литературе структурная концепция конкуренции рассматривается как основа модели статической конкуренции. Статическая конкуренция характеризуется комплексом экономических факторов, определяющих условия конкуренции. При этом основные параметры рыночной структуры определяют степень свободы конкурентного поведения фирм в принятии решений. Конечная цель статической конкуренции - установление рыночного равновесия. Типами статической конкуренции являются совершенная и несовершенная конкуренция.

Эволюция взглядов на динамическую конкуренцию предполагает анализ движения экономической мысли от зарождения поведенческой теории А. Смита и ее развития до возникновения предпринимательской теории конкуренции Й. Шумпетера, функциональной теории конкуренции Ф. фон Хайека, И. Кирцнера.

В основе динамической конкуренции лежат предпринимательские нововведения, которые ведут к концентрации отраслевого рынка и росту рыночной власти фирм. Концентрация ускоряется за счет высоких темпов НТП, сложности имитации нововведений, интенсивности проникновения новичков на отраслевой рынок.

В теории динамической конкуренции учитывается неполнота рыночной информации, что не гарантирует получения лучшего результата. В этой теории рассматривается постоянная эволюция фирм, которая ведет к эволюции рыночных структур.

Сравнение моделей статической и динамической конкуренции позволяет сделать следующие выводы.

1. Статическая конкуренция определяется типом рыночной структуры, которая рассматривается как экзогенный фактор конкуренции. Динамическая конкуренция - фактор формирования рыночной структуры, которая представляет собой эндогенный фактор конкуренции.

2. В статической модели конкуренции анализируется однонаправленная связь - прямое влияние структуры рынка на изменение конкуренции. В динамической модели конкуренции выявляется также обратная взаимосвязь: конкуренция влияет на структуру рынка.

3. В статической модели фирма рассматривается как пассивный субъект, приспособляющийся к рынку, внешней среде. В динамической модели фирма активно влияет на все параметры рыночной структуры.

4. В статической модели конкуренция является фактором установления рыночного равновесия, обеспечения эффективного использования ресурсов. Предполагается невмешательство в механизм рынка. В динамической модели конкуренция выступает фактором нарушения рыночного равновесия, стимулирования НТП. Предусматривается проведение активной промышленной политики.

Системный подход к анализу конкуренции на уровне отраслевого рынка предполагает использование методологических подходов статической и динамической концепций конкуренции, что реализуется в диссертационной работе путем использования экономических моделей анализа конкурентной среды на различных типах отраслевых рынков.

Для определения характера конкуренции на отраслевом рынке необходимо выявить особенности отраслевого рынка и его границы, в рамках которых осуществляется конкурентное взаимодействие фирм.

В теории конкуренции понятие "рынок" используется, как правило, в контексте термина "релевантный рынок" и, обладая прикладным значением, используется для обозначения границ, до которых простираются возможные экономические эффекты антиконкурентной деятельности или возможные антиконкурентные эффекты сделок, приводящих к экономической концентрации. Определение релевантного рынка - это первый объективно необходимый этап в действиях антимонопольных органов в процессе анализа поведения любых предприятий в целях выявления границ их экономической деятельности - временных, продуктовых и географических.

Цель определения рынка состоит в том, чтобы помочь оценить рыночную власть фирмы (или группы фирм). Это значит, что определение рынка должно быть сделано в терминах ограничений исследуемой фирмы (или группы фирм). Даже если нет единственного полностью удовлетворительного ответа на вопрос относительно определения рынка, процесс анализа взаимозаменяемости спроса и предложения и процесс оценки относительной силы различных ограничений необходимы для собственно анализа рыночной власти.

Институт конкуренции представляет собой особый механизм, включающий в себя рыночные и внерыночные элементы, с помощью которых регулируются хозяйственное поведение и социальное взаимодействие участников конкурентного процесса. Институт конкуренции - это созданные людьми ограничительные рамки, регулирующие конкурентное



поведение хозяйствующих субъектов. Данный институт действует как принудительная сила путем применения конкурентных правил, законов по защите конкуренции, а также путем использования неформальных ограничений, таких как конкурентные нормы поведения, добровольно принятые кодексы конкурентного поведения и т.п.

В основе системного подхода к анализу отраслевых рынков лежит парадигма "структура - поведение - результат" ("Structure - Conduct - Performance"). Данная первоначальная схема парадигмы в дальнейшем была дополнена двумя новыми блоками, в одном из которых формулировались базовые условия для анализа отраслевого рынка, а в другом отмечались инструменты государственной политики, направленные на регулирование отраслевых рынков.

Системный подход дает возможность оценивать параметры функционирования отраслевого рынка после анализа его структуры, базовых условий, поведения фирм и государственной политики. Накопленный опыт позволяет сделать вывод об эффективности данного подхода для структуризации объекта анализа, выявления особенностей и проблем функционирования отраслей и рынков, а также для оценки эффективности и перспектив их развития.

Отправным пунктом конкурентного анализа для М. Портера служит отрасль, которую он понимает как группу конкурентов, непосредственно соперничающих между собой при обслуживании определенного рынка.

М. Портер полагает, что при всем технико-экономическом своеобразие (уникальности) отраслей они одинаковы с точки зрения потенциальных источников и движущих сил конкуренции, и это делает правомерным универсальный подход к изучению конкурентной среды.

Модель М. Портера предусматривает комплексное изучение различных аспектов конкуренции, создавая тем самым более глубокое понимание конкурентной среды, к которой должна быть адаптирована деловая стратегия.

Если смотреть еще глубже, то метод М. Портера представляет собой особым образом структурированный анализ того, каким образом технико-экономические характеристики и особенности отрасли влияют на интенсивность конкуренции, а через нее - на уровень прибыльности вложенного капитала.

На наш взгляд, наиболее полно современные отраслевые рынки можно проанализировать благодаря использованию двух экономических моделей - Гарвардской модели "структура - поведение - результат" и модели М. Портера. Эти модели не исключают, а дополняют друг друга, и каждая имеет свои преимущества и недостатки.



Анализ отраслевого рынка с использованием модели "структура - поведение - результат" позволяет в целом определить процессы, происходящие на рынке, дать ему общую характеристику, исследовать его структуру и определить взаимоотношения и результативность игроков на отраслевом рынке в соответствии с его структурой. Модель М. Портера дополняет анализ отраслевого рынка, произведенного с использованием модели "структура - поведение - результат" в части вопросов конкуренции, конкурентных стратегий действующих на рынке фирм и их конкурентных преимуществ.

Модель М. Портера статична. Модель "структура - поведение - результат" добавляет в анализ отраслевой структуры элемент динамики. Эта модель привносит в анализ дополнительные внешние воздействия и тем самым позволяет глубже понять, как такие факторы сказываются на отраслевой структуре, какова наиболее вероятная реакция на них со стороны конкурентов и как они отразятся на деятельности отрасли и конкурентов.

Более пригодной для определения интенсивности конкуренции видится модель отраслевого структурного анализа, предложенная Портером, в рамках которой анализируется степень влияния на отрасль пяти различных конкурентных сил. Чем резче выражены эти силы, тем выше интенсивность конкурентной борьбы и тем ниже средняя прибыль в отрасли.

**Вторая группа** рассматриваемых вопросов посвящена исследованию конкурентной среды на российских отраслевых рынках нефтепродуктов и безалкогольных напитков с помощью моделей "структура - поведение - результат" и М. Портера

Основное внимание в работе уделено одному сегменту российского рынка безалкогольных напитков - рынку сладких вод. При его рассмотрении прослеживается доминирование двух компаний - "Coca-Cola" и "Pepsi-Co". На конец 2009 г. доля "Coca-Cola" на данном сегменте российского рынка составляла 39%, доля "PepsiCo" - 25%<sup>1</sup>.

Среди отечественных компаний на рынке безалкогольных напитков следует назвать ЗАО МПБК "Очаково", ОАО "Дека" (Нижегород), ТМ "Никола", "Ост-Аква" (ТМ "Напитки из Черногоровки"), ООО "Слимкомпани" (Москва) и холдинг "Ранова".

Важно отметить тот факт, что для рынка газированных напитков характерны существенные региональные различия: на нем присутствует огромное число локальных производителей, деятельность которых огра-

---

<sup>1</sup> По данным официальных сайтов компаний.

ничивается рамками своих и, в лучшем случае, соседних регионов, где им принадлежат существенные доли рынка.

Чтобы оценить состояние конкурентной среды, произведем расчеты, показывающие уровень концентрации в отрасли. Интерес к вопросам рыночной концентрации фирм-производителей не случаен, так как показатели концентрации являются традиционно важным критерием для идентификации рыночных структур и интенсивности конкуренции, что впоследствии позволяет выбрать оптимальный вариант стратегических действий для конкретной фирмы.

В российском антимонопольном законодательстве используются два индекса: индекс концентрации и индекс Херфиндаля - Хиршмана.

Индекс концентрации на анализируемом сегменте сладких вод (CR-3) равен 65,5%. (компании, занимающие меньше 1% рынка, не учитывались). Индекс Херфиндаля - Хиршмана для сегмента сладких вод составил 2148,25. Эти результаты свидетельствуют о высокой концентрации фирм на рынке.

В целом рынок характеризуется достаточно интенсивной конкурентной борьбой, в которой ограниченное количество компаний, оперирующих в масштабах всей страны ("Coca-Cola", "PepsiCo", ЗАО МПБК "Очаково"), конкурирует со значительным числом производителей местного масштаба в каждом регионе. Вертикальная интеграция достаточно слаба: в основном производители закупают концентрат на стороне, лишь немногие активно участвуют в прямой дистрибуции готовой продукции, большинство ограничивается чисто производственными функциями.

В отрасли наблюдаются вертикальные ограничения, когда фирмы заключают между собой сделки относительно поставки сырья или комплектующих изделий и оформляют их в виде договора или контракта, когда контракты заключаются на продолжительный период с постоянными поставщиками, согласно которому устойчиво действуют и выполняются добровольно взятые на себя обязательства по ценам, объемам поставки и т.д.

К вертикальным ограничениям на рынке безалкогольных напитков можно отнести:

- договор франчайзинга;
- пространственную дифференциацию и сегментацию рынка.

Следует также отметить, что в отрасли наблюдается асимметрия информации в сторону производителей, которые владеют большей информацией на рынке, чем сами потребители. Последние не всегда обладают полной информацией о производстве, составе производимой продукции.

Таким образом, в результате анализа можно сделать следующие выводы. Крупные транснациональные компании на рынке напитков, начавшие работать в России еще во времена СССР и в начале 1990-х гг. организовавшие свое производство, заняли лидирующие позиции по всем параметрам. Основные преимущества "Coca-Cola" и "PepsiCo" - хорошо развитая система дистрибуции, позволяющая продавать их продукцию по всей стране, и ее широкомасштабная рекламная поддержка. ТНК успешно адаптируются к российской действительности, что подтверждают предлагаемый ассортимент продукции, ценовая гибкость и др.

Отечественные предприятия можно объединить в две группы: это крупные холдинговые структуры, где производство напитков является лишь одним из направлений, причем не самым важным, и средние и мелкие региональные производители, концентрирующиеся на производстве напитков, сфера деятельности которых - обеспечение напитками близлежащих регионов. Соответственно, крупные отечественные предприятия, возможно, и смогли бы составить достойную конкуренцию лидерам, однако не готовы вкладывать большие средства в рекламу и продвижение продукции в ущерб более доходным бизнесам, а средние и мелкие предприятия просто не в состоянии конкурировать на национальном уровне, не имея достаточных средств.

Конкуренция на рынке безалкогольных напитков интенсивна, о чем свидетельствуют следующие факторы:

1) в отрасли увеличивается число соперничающих фирм с примерно равными объемами производства. Компании "Coca-Cola" и "PepsiCo" сопоставимы по размерам производства, компании "Очаково", "Бородино", "ОСТ-Аква" и "ДЕКА" увеличивают свои доли на рынке;

2) спрос на продукцию растет медленно. Можно говорить о том, что спрос на безалкогольные продукты стабилизировался;

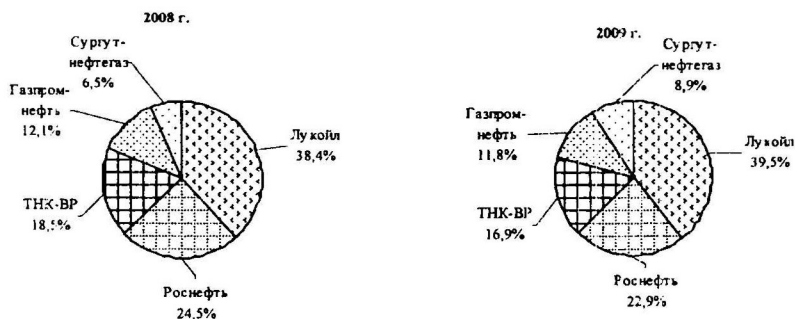
3) затраты покупателей при переходе с потребления одной марки на потребление другой невелики. Цена аналогичных продуктов разных компаний почти одинакова;

4) компании пытаются увеличить долю рынка за счет доли конкурентов, т.е. в отрасли распространено поглощение мелких компаний-конкурентов;

5) компании применяют успешные стратегические решения (используют инновации в технологическом процессе, внедряют новые продукты), в результате которых растет их прибыль.

Географической границей отраслевого рынка нефтепродуктов является территория РФ, где интенсивность конкуренции во многом определяется уровнем концентрации отраслевого рынка. Для расчета индекса concentra-

ции и индекса Херфиндаля - Хиршмана используем данные о рыночной доле пяти крупнейших фирм в нефтяной отрасли России (см. рисунок)<sup>1</sup>.



**Рис. Рыночные доли российских нефтяных компаний**

Показатели концентрации на рынке нефтепродуктов России представлены в таблице.

**Индекс концентрации и индекс Херфиндаля - Хиршмана на отраслевом рынке нефтепродуктов России\***

Показатели	2008 г.	2009 г.
Индекс концентрации (CR-3)	81,4%	79,3%
Индекс Херфиндаля - Хиршмана	2605,72	2588,72

\* Расчет сделан по данным рисунка.

Как свидетельствуют приведенные данные, рынок нефтепродуктов России достаточно концентрирован, на нем доминируют три фирмы с общей рыночной долей около 80%.

Отраслевой рынок нефтепродуктов России характеризуется своей зрелостью, стабильным потенциалом роста, высокой степенью включения в процесс глобализации, высоким уровнем капиталоемкости, значительными барьерами входа на рынок. Выявленные индексы концентрации показывают, что рынок нефтепродуктов представляет собой олигополию с доминированием трех фирм, т.е. относится к рынкам с высокой концентрацией. Несмотря на сложившуюся олигополию, рынок нефтяной продукции характеризуется жесткой конкуренцией, стратегическим взаимодействием фирм. При отсутствии явной монополии на обладание ресурсами крупнейшие российские фирмы в нефтяной промышленности имеют скрытый монопольный эффект и являются скрытыми монополи-

<sup>1</sup> Расчет произведен по данным официальных сайтов компаний.

стами вследствие абсолютных преимуществ в издержках и возможности картельных соглашений.

**В заключении** диссертационной работы представлены систематизированные выводы и предложения по результатам проведенного исследования.

## **ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### ***Статьи в изданиях, определенных ВАК для публикации результатов научных исследований***

1. *Вишневер, С.В.* Некоторые вопросы применения методологии отраслевого анализа для исследования рынка нефтепродуктов [Текст] / С.В. Вишневер // Экон. науки. - 2009. - № 12 (61). - С. 87-90. - 0,5 печ. л.

2. *Вишневер, С.В.* К вопросу об исследовании интенсивности конкуренции на отраслевом товарном рынке [Текст] / С.В. Вишневер // Экон. науки. - 2010. - № 6 (67). - С. 40-44. - 0,6 печ. л.

### ***Другие публикации***

3. *Вишневер, С.В.* Асимметрия информации и рынок [Текст] / С.В. Вишневер // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. / редкол.: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв. ред.) и др. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2008. - Вып. 1. Ч. 1. - С. 93-100. - 0,5 печ. л.

4. *Вишневер, С.В.* К вопросу об особенностях информации на финансовом рынке [Текст] / С.В. Вишневер // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. / редкол.: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв. ред.) и др. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2008. - Вып. 2. - Ч. 1. - С. 108-116. - 0,5 печ. л.

5. *Вишневер, С.В.* Теория и практика исследования конкурентоспособности на микроуровне [Текст] / С.В. Вишневер // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. / редкол.: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв. ред.) и др. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. - Вып. 1. - Ч. 1. - С. 76-85. - 0,7 печ. л.

6. *Вишневер, С.В.* Теория и практика исследования конкурентоспособности на микроуровне [Текст] / С.В. Вишневер // Вестн. Самар. фин.-экон. ин-та. - Самара, 2009. - № 1. - С. 43-48. - 0,5 печ. л.

7. *Вишневер, С.В.* Оценка конкурентной среды отраслевого рынка черной металлургии [Текст] / С.В. Вишневер // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. / редкол.: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв. ред.) и др. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2009. - Вып. 2. - Ч. 1. - С. 61-68. - 0,5 печ. л.

8. *Вишневер, С.В.* Структурный анализ российского рынка авиаперевозок [Текст] / С.В. Вишневер // Вестн. Самар. фин.-экон. ин-та. - Самара, 2010. - № 2. - С. 45-50. - 0,45 печ. л.

Формат 60×84/16. Бум. писч. бел. Печать офсетная.  
Подписано в печать 09.09.2010 г. Гарнитура "Times New Roman".  
Объем 1,0 печ. л. Тираж 150 экз. Заказ № **324**  
Отпечатано в типографии СГЭУ.  
Самара, ул. Советской Армии, д. 141.



